DEVIDA

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

PROGRAMA PRESUPUESTAL GESTIÓN INTEGRADA Y EFECTIVA DEL CONTROL DE OFERTA DE DROGAS - PPGIECOD

CAMPAÑA COMUNICACIONAL 2017

DE LA ACTIVIDAD: "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN PARA DESALENTAR LA CADENA DELICTIVA DE LA OFERTA DE DROGAS EN EL PERÚ"

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PPGIECOD
C. NIETO

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefa OPP
W. PILCÓN

EL TRÁFICO DE DROGAS SE CASTIGA HASTA CON 35 AÑOS DE CÁRCEL ¡TU LIBERTAD VALE MÁS!

ACTIVIDAD "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN PARA DESALENTAR LA CADENA DELICTIVA DE LA OFERTA DE DROGAS EN EL PERU"

CAMPAÑA COMUNICACIONAL 2017

1. GENERALIDADES

La Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas en su objetivo estratégico de interdicción y sanción refuerza el trabajo de las organizaciones del Estado vinculadas a la lucha contra el tráfico ilícito y delitos conexos, poniendo énfasis en su articulación y aplicación efectiva del marco legal. La producción, tráfico y consumo de drogas ilícitas constituyen un problema altamente complejo, con múltiples aristas, económicas, sociales, políticas, éticas, culturales y ambientales, tanto en sus causas como en sus manifestaciones y consecuencias. La más importante manifestación del tráfico ilícito de drogas está relacionada con la producción de drogas cocaínicas (derivadas de la hoja de coca) que comprometen a personas que habitan en los valles cocaleros y en las grandes urbes a ingresar en la cadena delictiva de la oferta de drogas, ya sea cultivando plantaciones de coca, elaborando cocaína en las pozas de maceración, transportando drogas cocaínicas, traficando insumos químicos, entre otros.

En este contexto, el desarrollo de acciones de comunicación contribuirá a que la población fortalezca conocimientos y desarrolle acciones que permitan mejorar su calidad de vida en el marco de una cultura lícita.

Es por ello, que el Programa Presupuestal Gestión Integrada y Efectiva de Control de Oferta de Drogas en el Perú (PP GIECOD) presenta la campaña comunicacional 2017, la misma que ha sido determinada en relación a las líneas estratégicas y acciones establecidos en el Plan de Comunicaciones de DEVIDA 2017 desarrollado por el Área de Comunicaciones, con el fin de determinar los principios y lineamientos para la ejecución de las tareas que comprende la actividad "Diseño e implementación de campañas de sensibilización para desalentar la cadena delictiva de la oferta de drogas en el Perú" que desarrolla el PPGIECOD con la asistencia técnica del ACOM.

En esta línea, el ya vigente Plan de Comunicaciones 2017 de DEVIDA aprobado mediante Resolución de Secretaría General N° 039-2017-DV-SG de fecha 27 de marzo de 2017, junto a la necesidad de continuar enfrentando el TID en forma sostenida, dio lugar a que las unidades ejecutoras comprometidas (Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y OZ-DV), inicien con oportunidad el desarrollo de la Actividad: DISEÑO E IMPLEMENTACION DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACION PARA DESALENTAR LA CADENA DELICTIVA DE LA OFERTA DE DROGAS EN EL PERU, conforme a sus Planes Operativos Anuales aprobados; mientras que, paralelamente, se esperaba la presentación oficial de la Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas (ENCLD) 2017-2021, para ratificar la ejecución de la mencionada actividad, mediante la aprobación de esta Campaña Comunicacional-2017, con sus respectivas metas físicas y financieras, señaladas más adelante.

DEVIDA V°B° Responsable Técnica PPGIECOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe OPP
W. PILCÓN

En el marco del Reglamento de Organización y Funciones de DEVIDA (D.S. N° 047-2014-PCM), en su Artículo 46°, literal "a" expresa que una de las funciones de la Dirección de Articulación Territorial es: Formular lineamientos, directivas y mecanismos, bajo un enfoque de desarrollo territorial, para la articulación de las actividades y proyectos de inversión pública en los tres niveles de gobierno, enmarcados en los Programas de la ENLCD.

2. MARCO LEGAL

- Decreto Legislativo N° 824, Ley de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Drogas, modificado por el Decreto Legislativo N° 1241.
- Estrategia Nacional de Lucha Contra las Drogas, aprobada mediante Decreto Supremo N° 061-2017-PCM.
- Ley de la Publicidad Estatal Nº 28874
- ROF de DEVIDA (D.S. N° 047-2014-PCM)
- Plan Comunicacional DEVIDA 2017, aprobado por Resolución de Secretaría General N° 039-2017-DV-SG

3. OBJETIVO

- Contribuir al cumplimiento de las metas del Eje Estratégico "Reducción de la Oferta de Drogas"[1] de la Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas, a través de campañas de sensibilización, promoviendo una mejora de la calidad de vida de la población desalentando su participación delictiva en uno de los eslabones de la Cadena Delictiva del Tráfico Ilícito de Drogas.

Objetivo Comunicacional:

- Informar a la población en general, con énfasis en jóvenes y adolescentes sobre las consecuencias legales y sociales de la producción y el tráfico ilícito de drogas.

4. FINALIDAD

- Estandarizar los procedimientos para la ejecución las Campañas Comunicacionales que realiza el PPGIECOD en todos sus ámbitos para sensibilizar de forma sostenida a la población en los diferentes ámbitos de intervención de las Unidades Ejecutoras, Oficinas Zonales y Sede Central de DEVIDA.
- Contribuir a que la población en general descarte participar en acciones vinculadas al delito de tráfico ilícito de drogas y sus delitos conexos, a través de las campañas comunicacionales

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PPGIECOD G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial A. ARICA

DEVIDA V°B° Oficina de Comunicaciones C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe OPP W. PILCÓN

[1] *El reto de este eje de la ENLC, es reducir los cultivos ilícitos, minimizar el desvío de insumos químicos, incrementar el decomiso de drogas, mejorar la detección de lavado de activos, y fortalecer las capacidades humanas y logísticas de las instituciones pertinentes. En cuanto al Objetivo Específico de Prevención del Delito, orienta su esfuerzo para prevenir el involucramiento de las personas en la cadena delictiva del tráfico ilícito de drogas.*

en el ámbito nacional, regional y local, sobre las consecuencias legales y sociales del tráfico ilícito de drogas, insumos químicos y lavado de activos.

5. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo para la ejecución de la actividad Campañas de Sensibilización, está relacionada con las poblaciones priorizadas de intervención del PPGIECOD en el marco del Anexo 2 - Contenido Mínimos del Programa Presupuestal y se enmarca en el Plan Comunicacional de DEVIDA 2017 elaborado por ACOM en el Objetivo Especifico - OE-3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE COMUNICACIÓN	PÚBLICO OBJETIVO PRIMARIO	PÚBLICO OBJETIVO SECUNDARIO	ALIADOS ESTRATEGICOS
OE 3: Informar a la población en general, con énfasis en jóvenes, sobre las consecuencias legales y sociales de la producción y el tráfico ilícito de drogas.	Adolescentes, jóvenes estudiantes, transportistas, comerciantes, agricultores.	• Autoridades, líderes de opinión, periodistas claves. • Personal que labora o se relaciona con los aeropuertos, terrapuertos, puertos. • Docentes de instituciones educativas y de universidades.	• Instituciones públicas: Poder Judicial, Ministerio Público, Ministerio del Interior, Policía Nacional del Perú, Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, Fuerzas Armadas, SUNAT, entre otros. • Gobiernos regionales y locales • Empresas navieras y portuarias • Líderes de opinión y periodistas claves.

6. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente Campaña Comunicacional 2017, se aplicará en las zonas donde se ejecute la actividad: "Diseño e Implementación de Campañas de Sensibilización para desalentar el Accionar relacionado a la Cadena Delictiva de la Oferta de Drogas" del PPGIECOD y corresponden a los ámbitos de intervención de las siguientes instituciones:

6.1 Unidades Ejecutoras

Gobiernos Regionales.

- Gobierno Regional de Ucayali
- Gobierno Regional de Huánuco
- Gobierno Regional de Puno
- Gobierno Regional de Callao
- Gobierno Regional de Piura
- Gobierno Regional de Loreto

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PPGIECOD G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Regional A. ARICA

DEVIDA Área de Comunicaciones C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe OPP W. PILCÓN

Gobiernos Locales.

- Municipalidad Provincial de Huanta
- Municipalidad Provincial de Mariscal Ramón Castilla
- Municipalidad Distrital de Puerto Bermúdez
- Municipalidad Distrital Tambo
- Municipalidad Distrital de Llochegua
- Municipalidad Distrital de Monzón
- Municipalidad Distrital de Ayna
- Municipalidad Distrital de Mazamari

6.2 Oficinas Zonales

- Oficina Zonal de San Juan del Oro
- Oficina Zonal de Quillabamba
- Oficina Zonal de San Francisco
- Oficina Zonal de La Merced
- Oficina Zonal de Tingo María
- Oficina Zonal de Pucallpa
- Oficina Zonal de Tarapoto
- Oficina Zonal de Iquitos
- Oficina Zonal de La Libertad

El ámbito de intervención podrá extenderse a nuevas Unidades Ejecutoras y Oficinas Zonales cuando éstas se creen. Para ampliar la cobertura de la campaña comunicacional, el PPGIECOD toma en consideración los siguientes criterios de priorización para la población:

- Debe estar ubicada en zonas cocaleras o en ciudades aledañas.
- Debe estar expuesta a altos índice del Tráfico Ilícito de Drogas.
- Debe estar expuesta por las rutas del desvío de Insumos Químicos
- Debe estar expuesta altos índices de Lavado de Activos provenientes del Tráfico Ilícito de Drogas.

7. TEMÁTICA DE LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL

En las acciones de intervención, a través de las campañas comunicacionales principalmente, se enfatizará las áreas temáticas que permitan desalentar su vinculación con la cadena de TID, a través de la información y conocimiento en las siguientes temáticas:

- Tráfico Ilícito de Drogas y sus consecuencias legales y sociales.
- Tráfico y Desvío de Insumos Químicos al TID y sus consecuencias legales y sociales.
- Lavado de Activos relacionado al TID y sus consecuencias legales y sociales.
- Problemática social, local y nacional ocasionada por el Tráfico Ilícito de Drogas.
- Experiencias relacionadas a la participación de personas y su exposición a la justicia en temas de TID (mochileros, burriers, mulas, etc).

DEVIDA V°B° Asesoría Técnica PPGIECOD G. NIETO

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial A. ARICA

DEVIDA V°B° Oficina de Comunicaciones C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe Oficina W. PILCÓN

- Experiencias de la vivencia de jóvenes detenidos por TID en los penales del Perú y otras cárceles en el mundo.
- Otros relacionado al TID.

8. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Para el cumplimiento de los objetivos de la campaña comunicacional, se propone estrategias y actividades enmarcadas en las 4 líneas estratégicas de comunicaciones: Difusión y Opinión Pública; Alianzas Estratégicas y Responsabilidad Social Compartida; Sensibilización y Educación Comunitaria, y Fortalecimiento de Capacidades en Comunicación.

Cabe precisar que la implementación de la campaña en el ámbito de las oficinas zonales será en función a sus necesidades y prioridades. Para ello, cada especialista del PPGIECOD elaborará un plan operativo con la finalidad de planificar acciones de acuerdo a su realidad socio cultural y presupuesto asignado. El plan aprobado deberá ser socializado con todo el equipo de la OZ. Asimismo, para el desarrollo de las acciones comunicacionales el especialista zonal coordinará con el responsable de comunicaciones de la oficina zonal.

En relación a las unidades ejecutoras, el especialista zonal del PPGIECOD, con el apoyo del especialista zonal de comunicaciones, brindará asistencia técnica y acompañamiento a todas las Entidades Ejecutoras para promover la implementación de intervenciones comunicacionales más integrales y efectivas.

De otro lado, la elaboración de las piezas comunicacionales correspondientes al PPGIECOD (audiovisuales, gráficos y promocionales) que se diseñen en el nivel nacional y regional, se elaborarán teniendo en cuenta los enfoques de interculturalidad y género. Los productos estarán adaptados a la realidad de cada zona, visibilizando aspectos claves como lenguaje, relaciones, vestimenta u otros. Se promoverá además la equidad de oportunidades entre mujeres y hombres, así como el uso de un lenguaje inclusivo. Las acciones comunicacionales planteadas serán estratégicas teniendo en cuenta su sostenibilidad.

8.1. Difusión y Opinión Pública

Esta línea estratégica buscará generar corrientes de opinión favorable sobre el trabajo que desarrolla DEVIDA en el marco de la lucha contra las drogas y posicionar en la población y los mensajes claves para la prevenir el delito del TID y consumo de drogas. Para ello, se desarrollarán estrategias de difusión dirigidas a diversos actores claves y a la población priorizada, a través campañas e intervenciones masivas y alternativas.

Para este componente, se priorizará las siguientes intervenciones:

Campañas publicitarias integrales

Las campañas publicitarias serán articuladas y sostenidas: Se realizará difusión en medios masivos de comunicación y acciones complementarias que permitan visibilizar una propuesta integral.

Las campañas publicitarias en radio, televisión y prensa escrita tendrán como objetivo posicionar los mensajes relacionados a la reducción de la Oferta de Drogas de la ENLCD, priorizándose la

DEVIDA V°B° Representación Técnica PPGIECOD G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefa OPP W. PILCÓN

campaña vinculada a prevenir el delito de la oferta de drogas: **El Tráfico Ilícito de Drogas se Castiga hasta con 35 años de Cárcel ¡Tú Libertad Vale Más!**

Asimismo, se impulsarán acciones de difusión complementarias a través de publicidad en paneles, vallas, medios de transporte, u otras estrategias como activaciones que se puedan difundir en espacios estratégicos. Es importante tener en cuenta los temas priorizados para poder identificar los medios más adecuados en los ámbitos de intervención de PPGIECOD. En el caso de la campaña para prevenir el delito del TID, se realizará publicidad en aeropuertos, puertos y terminal terrestre de las principales ciudades afectadas por este delito. Se puede realizar publicidad en medios de transporte local como buses, mototaxis, trimóviles, y actividades de visibilidad en espacios como: centros comerciales, estadios, boulevard u otros de alto tránsito de personas.

En el caso de comunidades rurales se coordinará con los especialistas de comunicaciones de las oficinas zonales para evaluar la difusión de spots en comunidades que cuenten con algún medio de comunicación comunitario, por ejemplo bocinas comunales.

Difusión en redes sociales

Para el caso de la sede central, el PPGIECOD, remitirá información de las principales intervenciones y coordinará con el Área de Comunicaciones quien administra las campañas publicitarias en redes sociales (Facebook, twitter y YouTube).

Asimismo, las oficinas zonales deberán proveer información a la sede central de forma frecuente, la cual podrá ser complementada con fotos, videos (máximo de 2 minutos) de las actividades más resaltantes que se ejecutan, con la finalidad de difundirla en redes sociales, a través del Área de Comunicaciones.

Difusión en medios de comunicación nacional y local

Se realizará una intervención sostenida en espacios informativos y noticiosos, a través de la generación de noticias y difusión de notas de prensa sobre las principales actividades que desarrolla el PPGIECOD en las oficinas zonales y sede central.

Para ello, el especialista técnico del PPGIECOD de las oficinas zonales, informará al comunicador zonal de forma periódica y actualizada para su respectivo envío al ACOM, haciendo de conocimiento al PPER en la Sede Central.

G. NIETO

En el caso de la sede central, el PPGIECOD, remitirá información al Área de Comunicaciones.

8.2. Alianzas Estratégicas y Responsabilidad Social Compartida

A. ARICA

En esta línea estratégica se promoverán alianzas y acuerdos con organizaciones públicas y privadas, así como con las agencias de cooperación que permitan coadyuvar esfuerzos para el desarrollo de acciones conjuntas de sensibilización y difusión, en el marco de la responsabilidad social compartida. Estas acciones buscan identificar espacios y medios alternativos dentro y fuera de las instituciones con la finalidad de convertirlos en plataformas de difusión de las acciones y temas que se desarrollan. El especialista del PPGIECOD apoyará y coordinará con

C. REYNAGA

W. PILCÓN

los responsables de comunicaciones de las oficinas zonales para realizar un mapeo más amplio de las instituciones públicas y privadas que podrían sumarse para el logro de los objetivos.

Para ello, se contempla las siguientes acciones:

Gestión con instituciones públicas y privadas

Se sostendrá reuniones con instituciones públicas (Universidades, Fuerzas Armadas - FF.AA y Policía Nacional del Perú, otros) y empresas (terminales terrestre, aeropuerto, otros) de las regiones priorizadas, como población objetivo, para sensibilizarlos y lograr la difusión de spots de tv, radio o mensajes claves de las campañas, a través de sus sistemas de comunicación (circuito cerrado, programas de radio y tv municipal, recibos de agua, luz, gas, espacios para colocar banderolas/ rollscreen, otros). Así como, articular acciones comunicacionales. Los especialistas GIECOD zonales participarán en diversas mesas de trabajo de la sociedad civil y organizaciones sin fines de lucro que operan en las zonas de intervención, con la finalidad de impulsar acciones comunicacionales y de sensibilización conjuntas de mayor impacto como ferias informativas y lúdicas, gimkanas familiar, pasacalles, maratones, activaciones, etc. En ese espacio, se darán a conocer las temáticas relacionadas a la prevención del delito desarrollado anteriormente.

Gestión con personajes públicos o líderes de opinión

En el marco de las campañas nacionales y regionales se coordinará con personajes representativos de diversos ámbitos (deportivo, cultural, artístico, religioso, etc.) para difundir los mensajes clave de las campañas a sus seguidores, a través de mensajes en spots o de manera presencial.

8.3. Sensibilización y Educación Comunitaria.

Las actividades de esta línea estarán enmarcadas bajo el enfoque de la comunicación para el cambio social porque permitirá generar procesos de diálogos horizontales, movilización social y una visión de mediano y largo plazo. Se desarrollarán estrategias y se elaborarán productos de comunicación más acorde a los públicos y más efectivas para la población.

Se buscará un proceso comunicativo que permita formar ciudadanos (jóvenes líderes) como agentes de su propio cambio y desterrar la posibilidad de involucrarse en la cadena delictiva dela oferta de drogas. Para ello, se involucrará a la población en el proceso de planificación y ejecución de las actividades, identificando sus necesidades de información y conocimientos referidos a los delitos TID.

Estrategia de edu-entretenimiento para el uso del tiempo libre

En esta estrategia lúdica se desarrollarán sesiones de teatro, cuenta cuentos, cine itinerante, entre otras acciones que permitan sensibilizar a la población, a partir del entretenimiento, el arte, la cultura y el deporte. Los especialistas PPGIECOD de las oficinas zonales y en coordinación con los comunicadores presentarán una propuesta comunicacional en sus planes operativos que incluirá un listado de temas a fortalecer en sus respectivos ámbitos de intervención. La estrategia de edu-entretenimiento del presente año, estará enmarcado en los siguientes componentes:

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PPGIECOD G. NIETO

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefa GIECOD W. PILCÓN

Desarrollo de expresiones artísticas y culturales: Se realizarán presentaciones de teatro, títeres, cuentacuentos u otros que garanticen la efectividad de esta estrategia, se promoverá la participación activa de la población organizada y de sus autoridades durante el proceso de diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación de la intervención.

Promoción de habilidades artísticas y culturales: Se promoverán concursos de dibujo, festivales, fotografía, historietas, canto, teatro, otros que promuevan la participación de la población y promuevan espacios artísticos y culturales en la comunidad.

Promoción de habilidades y destrezas deportivas: Se promoverán actividades deportivas que contribuyan a reforzar valores en la población, como trabajo en equipo, perseverancia, disciplina, otros. Así como, el uso del adecuado del tiempo libre.

Cada componente desarrollará un proceso metodológico que incluya: bienvenida y presentación (visibilizar el trabajo conjunto del Estado, a través de Devida, y la comunidad), introducción a la temática (utilizar ejemplos de la localidad), desarrollo de la sesión (promover la participación activa de los asistentes) y una reflexión final (construir con los asistentes las ideas fuerzas o mensajes que se quieren posicionar). Se debe describir herramientas de autoevaluación que se apliquen al finalizar cada actividad de edu-entretenimiento.

Otras actividades de sensibilización

Para reforzar las acciones de sensibilización se promoverán actividades como ferias informativas y/o lúdicas, pasacalles, circuitos informativos, otros. Estas acciones se realizarán en articulación con instituciones públicas y privadas y otros actores claves que permitan unir esfuerzos para la promoción de mensajes de sensibilización en las zonas urbanas, periurbanas y rurales. Asimismo, se contempla el desarrollo de reuniones de información y sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión.

8.4 Fortalecimiento de capacidades en comunicación

En esta línea estratégica se desarrollará, en coordinación estrecha con el ACOM, talleres para periodistas y comunicadores de instituciones públicas y privadas de las regiones priorizadas por el PPGIECOD con el objetivo de dotarlos de herramientas que fortalezcan su ejercicio profesional. Así como, dar a conocer información relevante del programa como avances y logros. Finalmente, lograr el compromiso de los hombres de prensa de informar a la población respecto a las sanciones que se imponen a los que se involucran en el TID.

DEVIDA V°B° Responsable Técnica PPGIECOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Área de
W. PILCÓN

9. OTROS ALCANCES ESPECÍFICOS DE LA CAMPAÑA COMUNICACIONAL DEL PPGIECOD

Los lineamientos descritos en el presente documento, facilitarán el diseño, implementación y seguimiento de la campaña comunicacional nacional en los (3) tres niveles de gobierno con el mensaje comunicacional para la prevención del Delito del Tráfico Ilícito de Drogas.

El mensaje comunicacional del Programa Presupuestal GIECOD es:

"El Tráfico de Drogas se castiga hasta con 35 años de Cárcel"
¡Tu Libertad vale Más!

Materiales de apoyo (gráfico, audiovisual y promocional)

En el diseño del material impreso o audiovisual, como afiches, folletos, banner, sticker, cartillas informativas, spot de radio, spot de tv, entre otros, y materiales promocionales como gorros, canguros, polos y mochilas, se tendrá como referencia el diseño de la campaña nacional. Sin embargo, los materiales se debe adaptar a las características de cada zona.

La distribución del material promocional como gorras, polos, mochilas y otros, se hará exclusivamente en el marco de actividades informativas, en espacios de socialización de nuestros públicos (centros de estudios de nivel superior, eventos deportivos, etc.), así como en otros espacios afines que logren llevar el mensaje comunicacional hacia la población objetivo.

Listado de insumos para la ejecución de algunas actividades en el marco de la campaña comunicacional de PPGIECOD.

Campaña masiva de sensibilización a través de los medios masivos de comunicación.

a) Servicios de difusión, radial, televisivo y prensa.
b) Diseño y elaboración de spot radial, televisivo y prensa.
c) Otros servicios.

Ferias lúdicas itinerantes con contenidos educativos del control de la oferta de drogas ilícitas.

a) Elaboración de afiches
b) Elaboración de trípticos
c) Elaboración de banderolas
d) Elaboración de spot/audio
e) Elaboración de carpas
f) Alquiler de equipo de sonido
g) Servicio de movilidad local
h) Adquisición de alimentos
i) Elaboración de polos
j) Elaboración de gorras
k) Elaboración de mochilas
l) Otros servicios

Reuniones de sensibilización a autoridades de los gobiernos locales y líderes de opinión

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PPGIECOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe OPP
W. PILCÓN

a) Elaboración de afiches
b) Elaboración de trípticos
c) Elaboración de spot, audio, video.
d) Servicios de especialistas.
e) Pasajes
f) Viáticos
g) Adquisición de alimentos.
h) Elaboración de polos, gorras.
i) Alquiler de equipo de sonido.
j) Servicio de Alojamiento.
k) Otros servicios.

Taller para periodistas
a) Alquiler de sala de reuniones.
b) Adquisición de alimentos.
c) Adquisición de útiles de escritorio.
d) Otros servicios.
e) Atención de eventos

10. PRESUPUESTO

Para el 2017 la ejecución de la campaña comunicacional de la actividad "Diseño e implementación de campañas de sensibilización para desalentar la cadena delictiva de la oferta de drogas en el Perú" tiene programado un presupuesto de S/. 490,754, que contempla la ejecución de la Campaña Comunicacional en las 9 Oficinas Zonales. Asimismo, se ha asignado Recurso a través de asignaciones directa a 6 Gobiernos regionales (Loreto, Ucayali, Piura, Puno, Huánuco y Callao) por un monto total de S/.972,603 y por transferencias financieras a 8 Gobiernos Locales (Huanta, Ramón Castilla, Monzón, Ayna, Puerto Bermúdez, Tambo, Llochegua y Mazamari) por un monto de S/.800,000.00.

11. MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

Estas acciones de monitoreo y evaluación, las realizará la Dirección de Promoción y Monitoreo de DEVIDA, como lo establece la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 167-2016-DV-SG, que aprueba la directiva 012-2016-DV-SG – disposiciones para el monitoreo – seguimiento físico y financiero de la ejecución de las metas programadas en los planes operativos anuales (POAS) de los proyectos y actividades de los programas presupuestales a cargo de DEVIDA y eventuales normas modificatorias.

DEVIDA V°B° Dirección Técnica PROCCOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Asesoría Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefa OPP
W. PILCÓN

Metas Financieras consolidadas para la Ejecución de la Campaña de Sensibilización del PPGEICOD 2017

(09 Oficinas Zonales de DEVIDA)

ESPECIFICA		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
NOMBRE	CÓDIGO													
Servicios de Publicidad	2.3.2.2.4.1			2,564.00	6,564.00	10,974.00	24,404.00	51,764.00	39,488.00	32,946.00	32,016.00	22,030.00	8,230.40	**230,963.40**
Otros servicios de publicidad y difusión	2.3.2.2.4.2			750.00	15,000.00	17,655.60	19,364.00	30,830.00	20,700.00	36,500.00	31,366.00	17,700.00	2,400.000	**192,265.60**
Servicios Diversos	2.3.2 7.11 99			0	7,920.00	4,190.00	11,840.00	11,225.00	8,110.00	8,580.00	10,320.00	2,600.00	2,740.00	**67,525.00**
TOTALES				**3,314.00**	**29,484.00**	**32,819.60**	**55,608.00**	**93,819.00**	**68,298.00**	**78,026.00**	**73,702.00**	**42,330.00**	**13,353.40**	**490,754.00**

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Responsable Técnica PPGEICOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Jefa de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe OPP
W. PILCÓN

Metas Físicas Consolidadas para la Ejecución de la Campaña de Sensibilización del PPGEICOD 2017

(09 Oficinas Zonales de DEVIDA)

Tareas	Unidad de Medida	Meta Mensualizada												Total
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Implementación de acciones de difusión en medios masivos	Acción			1	0	3	4	7	6	7	5	5	2	40
Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción			2	3	4	5	7	6	6	7	4	2	46
Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción			1	1	3	5	7	4	3	7	2	1	34
Implementación de acciones comunitarias de sensibilización	Acción			0	0	0	2	2	1	2	2	0	0	9
Fortalecimiento de capacidades al personal de DEVIDA	Acción			0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	4
Ferias Lúdicas Itinerantes con contenidos educativos de control de oferta de Drogas	Eventos			0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	6
Elaboración del Plan Comunicacional (Diseño y producción de campaña de promoción, difusión y sensibilización)	Informe			0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	3
Taller para periodistas	Taller			0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
TOTAL				**4**	**5**	**11**	**17**	**26**	**19**	**20**	**23**	**12**	**6**	**143**

A. ARICA

G. NIETO

C. REYNAGA

W. PILCON

Presupuesto para Ejecución de la Campaña de Sensibilización del PP GIECOD 2017

Gobiernos Regionales

Entidad Ejecutora	Tipo de Recursos	Monto
Gobierno Regional de Loreto	Asignación Directa	162,000.00
Gobierno Regional de Ucayali	Asignación Directa	162,000.00
Gobierno Regional de Piura	Asignación Directa	162,000.00
Gobierno Regional de Puno	Asignación Directa	162,000.00
Gobierno Regional de Huánuco	Asignación Directa	162,000.00
Gobierno Regional del Callao	Asignación Directa	162,603.00
	Total	**972,603.00**

Gobiernos Locales

Entidad Ejecutora	Tipo de Recurso	Monto (S/)
Municipalidad Provincial de Huanta	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Provincial de Ramón Castilla	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital de Monzón	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital de Ayna	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital de P. Bermúdez	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital Tambo	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital de Llochegua	Transferencia	100,000.00
Municipalidad Distrital de Mazamari	Transferencia	100,000.00
	Total S/	**800,000.00**

Oficinas Zonales de DEVIDA

Entidad Ejecutora	Tipo de Recurso	Monto (S/)
Oficina Zonal de Tarapoto	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de Tingo María	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de San Juan del Oro	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de La Merced	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de Pucallpa	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de Iquitos	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de San Francisco	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de Quillabamba	Asignación Directa	54,520
Oficina Zonal de La Libertad	Asignación Directa	54,594
	Total S/	**490,754**

A. ARICA

G. NIETO

C. REYNAGA

W. PILCÓN

CAMPAÑA COMUNICACIONAL DE LA ACTIVIDAD "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN PARA DESALENTAR EL ACCIONAR RELACIONADO CON LA CADENA DELICTIVA DE LA OFERTA DE DROGAS"

OFICINAS ZONALES	METAS	UNIDAD DE MEDIDA	META MENSUALIZADA												TOTAL
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
OZ. TINGO MARIA	**METAS FISICAS**														
	Implementación de acciones de difusión en medios masivos	Acción					1	1							2
	Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción				1				1	1				3
	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción						1	1			1			3
	Implementación de acciones comunitarias de sensibilización	Acción							1		1				2
	Fortalecimiento de capacidades al personal de DEVIDA	Acción								1	1				2
	Total Metas Fisica					**1**	**1**	**2**	**2**	**2**	**3**	**1**	**0**	**0**	**12**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	2.3.2.2.4.1				4000	4000	4520	2000	4000		4000	3120		25640
	Otros servicios de Publicidad y Difusión	2.3.2.2.4.2				3000		4000	4500		3000	4000	2940		21440
	Servicios Diversos	2.3.2.7.11.99				3720					3720				7440
	Total Metas Financieras		-	-	-	**10,720**	**4,000**	**8,520**	**6,500**	**4,000**	**6,720**	**8,000**	**6,060**	-	**54,520**
OZ.TARAPOTO	**METAS FISICAS**														
	Implementación de acciones de difusión en medios masivos	Acción							1	1	1				3
	Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción						1	2	1		1	1		6

A. ARICA G. NIETO C. REYNAGA W. PILCÓN

	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción				0			1			1			2
	Total Metas Fisica				-	-	**0**	**0**	**1**	**4**	**2**	**1**	**2**	**1**	**0**	**11**
	METAS FINANCIERAS															
	Servicios de Publicidad	2.3.2.2.41							8,500	8,500	8,640				25,640
	Otros servicios de publicidad y difusión	2.3.2.2.42						3,000	7,040	3,000		3,000	5,400		21,440
	Servicios Diversos	2.3.2.7.11.99						4,440				3,000			7,440
	Total Metas Financieras						-	**7,440**			**8,640**	**6,000**			**54,520**
OZ. SAN FRANCISCO	**METAS FISICAS**														
	Campaña masiva de sensibilización a través de los medios masivos de comunicación	Campaña			-	0	2	1	2	1	2	1	1		10
	Sensibilización a autoridades de los gobiernos locales, regionales, otros.	Taller			-	0	1	0	0	0	0	1	0		2
	Ferias lúdicas y cines itinerantes del control de la oferta de drogas ilícitas.	Feria				1	0	1	0	0	1	0	1		4
	Taller para periodistas	Reunion			-	0	0	0	1	0	0	0	0		1
	Total Metas Fisica				-	-	**1**	**3**	**2**	**3**	**1**	**3**	**2**	**2**	-	**17**
	METAS FINANCIERAS															
	Servicios de Publicidad	2.3.2.2.41	-	-	-	-	4,410	4,410	4,900	4,900	4,900	2,170	-	-	25,690
	Otros servicios de publicidad y difusión	2.3.2.2.42	-	-	-	3,000	5,000	-	5,000	-	5,000	-	3,440	-	21,440
	SERVICIOS DIVERSOS	2.3.2.7.11.99	-	-	-	4,200	690	500	690	-	500	690	120	-	7,390
	Total Metas Financieras		-	-	-	**7,200**	**10,100**	**4,910**	**10,590**	**4,900**	**10,400**	**2,860**	**3,560**	-	**54,520**

DEVIDA V°B° Director de Articulación Territorial — A. ARICA

DEVIDA V°B° Responsable Técnico PIRDECOD — G. NIETO

DEVIDA V°B° Area de Comunicaciones — C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefa — W. PILCÓN

OZ. LA MERCED	**METAS FISICAS**														
	Implementación de acciones de difusión en medios masivos	Acción							1	1	1	1	1	1	6
	Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción					1	1	1	1	1	1			6
	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción						1	1						2
	Total Metas Fisica	**Accion**				**0**	**1**	**2**	**3**	**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	23.22.41							4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,299.4	25,799
	Otros servicios de publicidad y difusión	23.22.42					3,905.6	4,000	3,200	3,200	3,200	3,200			20,706
	Servicios Diversos	23.27.11.99						4,440	3,575						8,015
	Total Metas Financieras		-	-	-	-	**3,906**	**8,440**	**11,075**	**7,500**	**7,500**	**7,500**	**4,300**	**4,299**	**54,520**
OZ. SAN JUAN DEL ORO	**METAS FISICAS**														
	Implementación de acciones de difusión en medios masivo	Spot publicitario					0	1	1	1	1				4
	Implementación de acciones comunitarias de sensibilización	material de difusión						1	1	1	1	2			6
	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Reunión							1	1	1	1			4
	Total Metas Fisica	**Accion**		-	-	-	**0**	**2**	**3**	**3**	**3**	**3**	**0**	**0**	**14**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	23.22.41	-	-	-	-		6,410	6,410	6,410	6,410		-	-	25,640
	Otros servicios de publicidad y difusión	23.22.42	-	-	-	-		1,614	3,500	3,500	3,720	9,106		-	21,440
	Servicios Diversos	23.27.11.99	-	-	-	-		-	1,860	1,860	1,860	1,860		-	7,440
	Total Metas Financieras		-	-	-	-	-	**8,024**	**11,770**	**11,770**	**11,990**	**10,966**	-	-	**54,520**

DEVIDA V°B° Dirección de Articulación Territorial
A. ARICA

DEVIDA V°B° Responsable Técnica PIRDECOD
G. NIETO

DEVIDA V°B° Área de Comunicaciones
C. REYNAGA

DEVIDA V°B° Jefe (e)
W. PILCON

OZ QUILLABAMBA	**METAS FISICAS**														
	Implementación de acciones de difusión en medios masivos	Acción	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	1	-	4
	Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción	-	-	-	-	1	1	1	-	-	1	-	-	4
	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	-	-	4
	Total Metas Fisica	**Accion**		-	-	**0**	**1**	**3**	**3**	**1**	**0**	**3**	**1**	**0**	**12**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	23.22.41	-	-	-	-	-	6,500	6,500	-	-	6,500	6,140	-	25,640
	Otros servicios de publicidad y difusión	23.22.42	-	-	-	-	8,000	6,000	4,440	-	-	3,000	-	-	21,440
	Servicios Diversos	23.27.11.99	-	-	-	-	-	2,020	2,000	2,000	-	1,420	-	-	7,440
	Total Metas Financieras			-	-	-	**8,000**	**14,520**	**12,940**	**2,000**	**-**	**10,920**	**6,140**		**54,520**
OZ. PUCALLPA	**METAS FISICAS**														
	Implementacion de acciones de Medios Masivos	Campaña	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	Implementación de acciones de difusión en medios alternativos	Acción	-	-	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
	Reuniones de sensibilización con autoridades locales y líderes de opinión	Acción	-	-	1	1	2	2	1	1	1	1	1	-	11
	Elaboración del Plan Comunicacional (Diseño y producción de campaña de promoción, difusión y sensibilización)	Acción	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2
	Implementación de acciones comunitarias (minicaravanas) de sensibilización	Acción	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
	Total Metas Fisica	**Accion**			**4**	**3**	**5**	**5**	**3**	**3**	**3**	**3**	**3**	**2**	**34**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	23.22.41	-	-	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	2,564	25,640
	Otros servicios de publicidad y	23.22.42	-	-											

A. ARICA

G. NIETO

C. REYNAGA

W. PILCÓN

	difusión				750	9,000	750	750	750	440	9,000	-	-	-	21,440
	Servicios Diversos	23.27.11.99	-	-	-	-	3,500	440	-	3,500	-	-	-	-	7,440
	Total Metas Financieras			-	**3,314**	**11,564**	**6,814**	**3,754**	**3,314**	**6,504**	**11,564**	**2,564**	**2,564**	**2,564**	**54,520**
OZ. LA LIBERTAD	**METAS FISICAS**														
	Campañas masivas de senbilizacion en medios de comunicación masivos	Meses	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	4
	Sensibilización a autoridades de los gobiernos locales y regionales	Evento	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	3
	Campañas masivas de comunicación en medios de comunicación alternativos	Meses	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	3
	Total Metas Fisica		-	-	-	**0**	**0**	**0**	**1**	**2**	**3**	**2**	**2**	**0**	**10**
	METAS FINANCIERAS														
	Servicios de Publicidad	23.22.41	-	-	-	-	-	-	-	7,464	6,132	6,132	5,906	-	25,634
	Otros servicios de publicidad y difusión	23.22.42	-	-	-	-	-	-	-	8,160	6,660	6,660	-	-	21,480
	Servicios Diversos	23.27.11.99	-	-	-	-	-	-	2,500	-	2,500	-	2,480	-	7,480
	Total Metas Financieras					-	-	-	2,500		15,292	12,792			54,594
OZ. IQUITOS	**METAS FISICAS**														
	Sensibilización e Inducción al equipo técnico	Eventos							1			1			2
	Difusión publicitaria (Implementacion de acciones de Medios Masivos)	Meses							1	1	1	1	1	1	6
	Sensibilización con acciones de difusión en medios alternativos móviles	Acción								1		1			2
	Sensibilización con acciones de difusión en medios alternativos estáticos	Acción							1		1		1		3
	Sensibilización a Autoridades Regionales, Locales y líderes de opinión	Eventos								1		1		1	3

A. ARICA

G. NIETO

C. REYNAGA

W. PILCÓN

Elaboración del Plan Comunicacional (Diseño y producción de campaña de promoción, difusión y sensibilización)	Informe							1						1
Ferias Lúdicas Itinerantes con contenidos educativos de control de oferta de Drogas	Eventos										1		1	2
Total Metas Fisica		-	-	-	**0**	**0**	**0**	**3**	**3**	**2**	**4**	**2**	**3**	**17**
METAS FINANCIERAS														
Servicios de Publicidad	2.3.2.2.4.1							16,590	1,350	-	6,350	-	1,350	25,640
Otros servicios de publicidad y difusión	2.3.2.2.4.2							2,400	2,400	5,920	2,400	5,920	2,400	21,440
Servicios Diversos	2.3.2 7.11 99							600	750	-	3,350	-	2,740	7,440
Total Metas Financieras					-	-	-	19,590	4,500	5,920	12,100	5,920	6,490	54,520

A. ARICA

G. NIETO

C. REYNAGA

W. PILCÓN